

1. MISE EN PLACE DE LA COLLECTE ET DU TRAITEMENT

Qualité Tourisme™ attache la plus haute importance au suivi de la satisfaction des visiteurs et au traitement des réclamations. L'audit contrôle la collecte et le traitement des réclamations.

Objectifs :

- pour le VISITEUR : d'avoir la possibilité de faire part d'un motif de mécontentement qu'il ne gardera pas pour lui et... son entourage
- pour VOUS : de connaître et de traiter ces motifs pour votre plus grand bénéfice.

Où le visiteur peut-il laisser le motif de mécontentement ?

- A la fin de la visite, proche de la sortie
- Dans un lieu équipé pour écrire : appui (tel que comptoir, table, pupitre...)
- A l'oral : dans un lieu présentant un minimum de confidentialité
- Sur le site internet en complément

Par quels moyens ?

En premier lieu, au moment de l'au-revoir, par la question du personnel sur le sujet (du type « La visite s'est-elle bien passée ? »)

- Des enquêtes pré-rédigées laissées à disposition
- La présence d'un enquêteur
- Un livre d'or (avec incitation à laisser ses coordonnées pour une réponse)
- Par le biais du site internet : en ce cas, un cartel bien en vue l'indique et incite ceux qui n'ont pas internet à s'adresser au personnel

➔ **Les 2 moyens : 1 à l'oral et l'autre par écrit, sont obligatoires**

Quel suivi ?

L'idéal est bien sûr de vérifier les outils de collecte chaque jour : d'une part on ne passe pas à côté d'une réclamation qui pourrait avoir des conséquences, et d'autre part, l'automatisation de la procédure évite les oublis.

Cette modalité peut être inscrite dans le livre des procédures.

En cas d'enquêtes diligentées, tous les points de critiques négatives seront consignés afin d'en mesurer la fréquence et d'envisager les modalités pour remédier à leurs causes.

Toutes les « réclamations » seront donc compilées au sein d'un outil et celles comportant des coordonnées seront traitées sous une semaine.

Exemple d'un tableau de compilation des réclamations :

RECUEIL DE LA RECLAMATION					TRAITEMENT DE LA RECLAMATION						SUIVI AMELIORATION		
Date	Média	Motif détaillé + Service concerné	Nom Prénom	Coordonnée	Circonstance ou condition particulière	Date réponse	Média réponse	Contenu réponse	Responsable réponse	Satisfaction / réponse	Action corrective (si nécessaire)	Responsible action	Date action

Quels éléments montrer à l'auditeur ?

- **Pour la collecte** : si tout est bien préparé, l'auditeur aura repéré de lui-même les moyens mis en œuvre lors de l'audit mystère. Sinon, il faudra les lui montrer et rectifier leur visibilité...
- **Pour le traitement des réclamations** : il demande à voir l'outil prévu, tel que classeur papier ou dossier informatique avec scan des remarques et recopie des réclamations orales (de visu ou téléphoniques). Dates, circonstances, profil du visiteur, réponses apportées, éventuels dédommagements. Même s'il n'y a pas encore eu de réclamations, l'outil doit être prêt à fonctionner.
- Éventuellement, dans le cahier des procédures (quand il existe) : spécifier comment sont traitées les réclamations (toujours par la même personne, entrée gratuite systématique... ?)

A noter...

Il convient aujourd'hui de prendre en compte les avis des internautes sur les réseaux sociaux. Ce point n'est pas vérifié par l'auditeur, mais la collecte et le traitement s'avèrent surtout être un bénéfice pour l'entreprise. Il peut s'agir d'une nouvelle procédure à mettre en place qui mérite d'être considérée avec tout l'intérêt qu'elle présente : pouvoir quantifier précisément le nombre de fois qu'une remarque a été formulée est un argument de poids dans les décisions.

2. Les 10 qualités d'un questionnaire de satisfaction

- **Un questionnaire structuré**
Les questions doivent être organisées en plusieurs parties qui peuvent correspondre aux étapes de la visite ou à vos objectifs, c'est-à-dire, ce que vous souhaitez connaître.
- **Un questionnaire court**
S'il est administré en face à face, l'entretien ne doit pas dépasser dix minutes. Pour un questionnaire en libre-service, la taille privilégiée sera un recto (environ 15 questions).
- **Un échantillon représentatif du nombre de visiteurs**

Nbre de clients	1 201 à 3 200	3 201 à 10 000	10 001 à 35 000	35 001 à 150 000	150 001 à 500 000	+ 500 000
Taille de l'échantillon	125	200	315	500	800	1250
- **Une introduction de présentation**
Le questionnaire commence toujours par une introduction présentant le commanditaire, le contexte et le but de l'entretien. Une phrase remercie l'enquêté d'accorder quelques minutes pour répondre aux questions. Si le questionnaire est administré en face à face, l'enquêteur lit cette introduction à la personne interrogée.
- **Des questions allant du général au particulier**
Dans la mesure du possible, commencer par des questions générales et continuer par des questions plus précises.
- **Des types de questions et de réponses variés**
Si le questionnaire est composé du même type de questions et de réponses, l'enquêté va avoir tendance à se lasser et à toujours se positionner de la même façon dans ses réponses. Pour éviter cela, on peut proposer des questions ouvertes, fermées, à choix multiples, à échelle...
- **Un nombre de choix pair pour des questions avec une échelle de mesure**
Pour éviter une réponse médiane, on propose un nombre pair de propositions de réponse. Par exemple : très satisfait, satisfait, peu satisfait, pas satisfait.
- **Une question ouverte à la fin du questionnaire**
Cela permet à l'enquêté de pouvoir s'exprimer en laissant un commentaire, une remarque, une suggestion...
- **Des questions personnelles à la fin du questionnaire** (âge, sexe, origine géographique, profession)
On entend par questions personnelles des questions auxquelles on ne répond que si la confiance est établie.

- **Un questionnaire testé au préalable**

Le test permet de vérifier la pertinence et la bonne compréhension des questions, l'adéquation du vocabulaire employé, la possibilité de traiter les résultats...

3. La fiche de réclamation

Plus brève qu'une enquête de satisfaction, elle permet avant tout de laisser un message spontané. Ci-dessous une proposition à simple titre d'exemple (prévoir bien entendu une mise en page plus aérée).

Logo, identité de votre établissement		Votre avis nous intéresse															
<p>Date : _____</p> <p>Engagés dans la démarche nationale Qualité Tourisme™, nous souhaitons en permanence améliorer la qualité de nos services pour vous satisfaire. Votre avis et vos suggestions sont importants. Merci de nous accorder quelques minutes pour remplir cette fiche.</p> <p><i>Quelle est votre opinion ?</i></p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">L'accueil</td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> </tr> <tr> <td>La mise en scène de la visite</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Les services annexes (boutique, toilettes...)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>Suggestions, réclamations :</p> <p>Laisser un espace pour que les personnes puissent s'exprimer librement ou suggérer d'utiliser le verso.</p> <p>Si vous souhaitez une réponse, laissez-nous vos coordonnées. Nous nous engageons à vous répondre sous huit jours :</p> <p>Nom : _____</p> <p>Adresse : _____ Ville : _____</p> <p>e-mail : _____</p> <p>Nous vous remercions de nous avoir aidés à améliorer nos services. <i>[Nom et coordonnées du site.]</i></p>			L'accueil					La mise en scène de la visite					Les services annexes (boutique, toilettes...)				
L'accueil																	
La mise en scène de la visite																	
Les services annexes (boutique, toilettes...)																	

Dans le cadre d'une adhésion à Qualité Tourisme, cette fiche doit être mise à disposition aussi dans sa version anglaise :

[LOGO DU SITE]		satisfaction form															
<p>Date of visit : _____</p> <p>We continually strive to improve the quality of our services to satisfy your needs. Your opinion and suggestions are important. Could you please take the time to answer the following questions.</p> <p>How satisfied are you with...</p> <table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 30%;">Welcome</td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> <td style="width: 15%;"></td> </tr> <tr> <td>Stage of visit</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>Facilities (shop, toilet, restaurant...)</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> </tr> </table> <p>Comments, suggestions : If you want an answer, please leave us your e-mail adress. We undertake to answer you quickly.</p> <p>Name : / Adress : / E-mail : _____</p> <p>Thank you for your help to improve our services.</p>			Welcome					Stage of visit					Facilities (shop, toilet, restaurant...)				
Welcome																	
Stage of visit																	
Facilities (shop, toilet, restaurant...)																	

Réalisée en partenariat avec Anjou Tourisme - MAJ aout 2015

VOTRE CONTACT

Gwenaëlle CLASS

T 02 40 99 00 84

g.class@loireatlantique-developpement.fr